

Das Medienverhalten älterer Menschen

Mollenkopf, Heidrun; Doh, Michael

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mollenkopf, H., & Doh, M. (2002). Das Medienverhalten älterer Menschen. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, 25(4), 387-408. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-37900>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Das Medienverhalten älterer Menschen

Heidrun Mollenkopf/Michael Doh

Von der allgemeinen Technisierung, Digitalisierung, Informatisierung und Virtualisierung öffentlicher und privater Bereiche sind zunehmend auch die alltäglichen Lebensumstände alter Menschen betroffen. Zum einen werden persönliche Dienstleistungen in öffentlichen Räumen immer häufiger durch Automaten ersetzt, zum anderen sind private Alltagsbereiche wie Wohnen, Haushalten, Gesundheitsversorgung, Mobilität, Kommunikation und Information in zunehmendem Maße technisch unterstützt und vermittelt. Ob diese Entwicklung zum Vorteil Älterer verläuft, weil dadurch altersbedingte Kompetenzverluste ausgeglichen und/oder ihnen neue Handlungsspielräume eröffnet werden können, oder ob sie zu Vereinsamung, neuen Abhängigkeiten und gesellschaftlicher Diskriminierung im Alter führt, wird derzeit kontrovers gesehen.

In diesem Beitrag werden zunächst neuere empirische Befunde zu Ausstattung und Nutzungsverhalten älterer Menschen hinsichtlich alter und neuer Medien dargestellt. Den Schwerpunkt bilden die Informations- und Kommunikationsmedien Fernsehen, Computer und Internet sowie Automatenutzung. Um eine Pauschalisierung und die Nivellierung unterschiedlicher Ausgangsbedingungen zu vermeiden, wird nach verschiedenen Altersgruppen, Geschlecht und Bildungsniveau differenziert, wo immer es die Datenlage erlaubt. Auf dieser Basis sowie unter Einbeziehung derzeit beobachtbarer Entwicklungstrends werden sodann mögliche positive und negative Auswirkungen auf Alter und Altern aufgezeigt und diskutiert. Am Beispiel des auch für ältere Menschen an Bedeutung gewinnenden Internets werden abschließend einige Websites von Institutionen und Organisationen aufgeführt, die Medienkompetenz speziell in dieser Zielgruppe fördern wollen.

1 Altern in der modernen Informationsgesellschaft

Technische Entwicklungsschübe haben im Laufe der Herausbildung moderner Gesellschaften zu einer umfassenden Mechanisierung, Technisierung und schließlich Digitalisierung von Arbeit und Alltag geführt.¹ Neben neuen Formen des Wohnens und Arbeitens entwickelten sich in jeder Phase der Technisierung auch neue Formen der Kommunikation und Mobilität, die ihrerseits in einer Wechselwirkung wieder neue, erweiterte Entwicklungen beförderten. Transport- und Verkehrssysteme wie die Eisenbahn, das Automobil und das Flugzeug erschlossen nach und nach neue, entfernte Räume nicht nur für einige wenige, ermöglichten die funktionale Trennung von Wohnen und Arbeiten und machten ferne Orte in immer kürzerer Zeit auch für Privatpersonen erfahrbar oder erfliegbar. Kommunikationsmittel wie Telegraf und Telefon ermöglichten die Überbrückung von Distanzen, ohne sie konkret physisch überwinden zu müssen. Eine unvermeidliche Folge der wachsenden Entfernungen war unter anderem die zunehmende Technisierung privater Kommunikation, denn auch soziale Beziehungen waren immer weniger an wohnort- geschweige denn wohnungsnahen Sozialräume gebunden.

Ein Blick auf die Entwicklung der Kommunikationstechnik zeigt, dass die Mediatisierung des Alltags ein relativ junges Phänomen darstellt. So ist die Schrift als erstes technisches und transportables Medium vor ungefähr 5000 Jahren entstanden. Um 1440 entwickelte sich der Buchdruck, und im 17. Jahrhundert erschienen die ersten Wochen- und Tageszeitungen. Eine alle Bevölkerungsgruppen erfassende Durchdringung mit Medien erfolgte erst im 20. Jahrhundert, und zwar insbesondere durch Radio und Fernsehen seit Beginn der zwanziger und verstärkt seit den fünfziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts (Merten 1990). Inzwischen stehen diese Massenmedien sowie das Individual-Medium Telefon in fast jedem Haushalt zur Verfügung. Medien im Sinne technischer Kommunikationskanäle sind damit ein wichtiger Bestandteil des Alltags auch älterer Menschen geworden. Heute gibt es kaum mehr einen Bereich des sozialen Lebens, in dem nicht über beziehungsweise mit Medien kommuniziert wird.

In immer kürzeren Zeitabständen kommen seitdem weitere Informations- und Kommunikationstechniken hinzu. Vor allem mit dem Aufkommen von Multimedia-Diensten wie Internet, eMail, Home-Banking oder Datenbanken ist gegenwärtig ein neuer Innovationsschub zu verzeichnen, der zunehmend die Arbeitswelt, die Gesundheitstechnik sowie den Bildungs- und Freizeitbereich bestimmt. Bislang getrennte Medien wie Computer, Fernseher und Telefon verschmelzen miteinander und integrieren Sprache, Text, Video und Audio. Die Massenkommunikation vermischt sich mit der Individualkommunikation, wodurch neue Formen und Möglichkeiten der

1 Siehe die Beiträge in Lutz (1989) und Meyer/Schulze (1993).

Kommunikation, Partizipation und vor allem der Interaktivität entstehen. Es gibt immer mehr Möglichkeiten, Informationen abzurufen und zu senden.

Von dieser Informatisierung der Gesellschaft und den damit verbundenen komplexen Technisierungsprozessen sind ältere Menschen in mehrfacher Hinsicht betroffen: Zum einen waren und sind beide Entwicklungen begleitet von Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt. Die Konzentration und Globalisierung von Unternehmen bewirkt wachsende Distanzen zwischen den Wohnorten von Eltern und erwachsen gewordenen Kindern und infolgedessen einen hohen überregionalen Mobilitäts- und Kommunikationsbedarf. Im Bereich nicht-familiärer Beziehungen führt die erhöhte, beruflich bedingte Mobilität zu einer größeren Unverbindlichkeit. Durch das Ausscheiden aus dem Erwerbsleben, durch den Wegzug oder Tod von Freunden und Verwandten, durch sinkende Geburten- und steigende Scheidungsraten wird das Netz sozialer Beziehungen im Alter zusätzlich brüchig. In dieser Hinsicht eröffnen neue Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK-Technologien) vielfältige Möglichkeiten, Kontakte auch über große Entfernungen und bei eingeschränkter Mobilität aufrecht zu erhalten oder in Chatrooms, in virtuellen Diskussionsrunden, Selbsthilfe- und Interessengruppen neu zu knüpfen.

Im öffentlichen Raum und in Dienstleistungseinrichtungen müssen ältere Menschen sich außerdem in zunehmendem Maße auf den Ersatz persönlicher Kommunikation und Dienste durch Automaten einstellen, sei es in Form interaktiver Fahrkarten- und Bankautomaten, Anrufbeantworter oder beim Online-Shopping. Des Weiteren sind Informationen, die für den Alltag im Alter von Bedeutung sein können, zunehmend ausschließlich in technisierter Form verfügbar. Das reicht von telefonischen Auskunftsdiensten und öffentlichen Einrichtungen, die online gehen, über multimedial gestützte Hilfen und „Virtuelle Altenheime“ (Hilbert 1998) bis hin zu computergestützter medizinischer Diagnostik und Therapie.

Neue IuK-Technologien spielen also für eine selbstbestimmte Alltagsgestaltung älterer Menschen innerhalb und außerhalb ihrer Wohnung eine immer bedeutsamere Rolle als Kommunikationsmittel. Insofern ist die Partizipation älterer Frauen und Männer an diesen Technisierungsprozessen zentral für die Erhaltung und Unterstützung ihrer sozialen Beziehungen und gesellschaftlichen Teilhabe.

Wie ist es nun um die Teilhabe Älterer an den neuen IuK-Technologien bestellt? Und wie nutzen sie diese Medien in ihrem Alltag? Diese Fragen versuchen wir in den folgenden Abschnitten zu beantworten.

2 Virtuelle Kommunikation im öffentlichen Bereich

In öffentlichen Räumen und Dienstleistungseinrichtungen sehen sich ältere Menschen in zunehmendem Maße mit dem Ersatz persönlicher Kommunikation und Dienste durch Automaten konfrontiert. Die Kompetenz der Nutzung von Fahrkarten-, Geld- und sonstigen Automaten wird immer häufiger als selbstverständlich gegeben erwartet und häufig bereits ohne Handlungsalternativen vorausgesetzt. Viele Ältere benutzen

diese Geräte jedoch eher notgedrungen, und wie gut sie damit zurecht kommen, hängt – wie eine europäische Vergleichsstudie gezeigt hat – zu einem Großteil von ihrem Bildungsniveau ab: jüngere Alte und höher gebildete Ältere haben weniger Nutzungsprobleme (Marcellini u.a. 2000). Dies wird sich mit der weiteren Verbreitung und der zunehmenden Übung im Umgang mit diesen virtuellen Kommunikationspartnern verbessern, wie ein Vergleich zweier Kohorten älterer Erwachsener am Beispiel der Nutzung von Geldautomaten in den Jahren 1995 und 2000 zeigt.

In beiden Alterskohorten (jeweils 55 bis 59 Jahre oder 75 bis 79 Jahre alt) nahm der Anteil der Nutzer im Zeitraum von fünf Jahren signifikant zu (und derjenige der Nicht-Nutzer entsprechend ab). Von den 1995 befragten 55- bis 59jährigen nutzten 57% Geldautomaten – im Jahr 2000 betrug der Nutzeranteil in dieser Altersgruppe 89%. Unter den 75- bis 79jährigen gab es 1995 einen Nutzeranteil von 23%, bei den im Jahr 2000 Befragten dieses Alters waren dies bereits 79%.

Zudem empfand 1995 noch ein gutes Drittel der 75- bis 79jährigen Nutzer die Automaten als Verkomplizierung ihres Alltags – im Jahr 2000 betrug dieser Anteil nur noch knapp 18%. In der jüngeren Altersgruppe scheint die Benutzung von Geldautomaten schon 1995 kein großes Problem gewesen zu sein, so dass sich hier die Annahme bestätigt, dass für den Umgang mit einer Technik oder Technologie offenbar auch eine Rolle spielt, in welchem Alter man zum ersten Mal damit konfrontiert wird.²

3 Virtuelle Kommunikation im privaten Bereich

Medienausstattung

Differenzierte empirische Daten zur Medienausstattung und -nutzung älterer Menschen liegen kaum vor, da die Medienforschung ihren Forschungsschwerpunkt gemeinhin bei den vermeintlich konsumträchtigen 14- bis 49jährigen hat. Lediglich vereinzelt gibt es zu speziellen Fragestellungen Sonderauswertungen zu Senioren, wobei zumeist immer nur undifferenziert Alterskategorien wie „50+“, „55+“ oder „60+“ fokussiert werden. Es gibt daher de facto keine wissenschaftlich fundierte Grundlage, die die ganze Bandbreite der älteren Menschen mit ihren soziodemographischen, kommunikationswissenschaftlichen und psychologischen Merkmalen erfasst. Vor allem bezüglich moderner Medien wie Computer und Internet mindern solche Forschungsdefizite die Aussagekraft der Ergebnisse. Zudem ist durch die unterschiedliche Handhabung der Altersdefinitionen und Fragestellungen der verschiedenen Studien eine Vergleichbarkeit der Daten nur begrenzt gewährleistet.

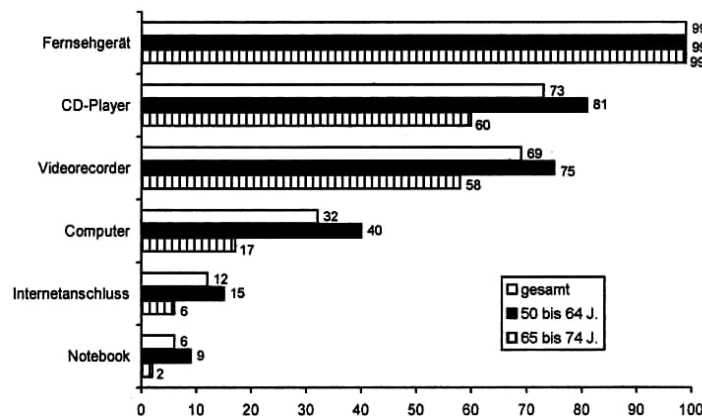
Die bislang umfassendste Studie zur Zielgruppe älterer Menschen als Mediennutzer stammt von der ARD/ZDF-Medienkommission aus dem Jahre 1984 (Eckhardt/Horn 1988). Auch wenn die Ergebnisse mittlerweile nicht mehr ganz aktuell

2 Zu „Technikgenerationen“ vgl. ausführlich Sackmann/Weymann (1994).

sind, unterstreichen sie doch deutlich, dass es „die Älteren“ als homogene Medienkonsumenten nie gab und auch nicht gibt. Denn mehr noch als das Merkmal „Alter“ konturieren andere soziodemographische (Geschlecht, Bildung, Einkommen), kommunikationspsychologische (informations- oder unterhaltungsorientiert, politisches Interesse) und biographische Aspekte (Freizeitgewohnheiten, Aktivitätsgrad) das Medienverhalten. So finden sich schon bei der Medienausstattung Unterschiede. Während die Massenmedien Fernsehen und Radio in nahezu allen Haushalten vorhanden sind, differiert die Ausstattung mit Printmedien mit dem sozialen Status. Personen mit höherem Bildungsstatus beziehungsweise höherem Einkommen verfügen weit häufiger über eine Tageszeitung und/oder eine Zeitschrift und besitzen auch mehr Bücher als Personen mit niedrigem Bildungsabschluss. Entsprechendes gilt bezüglich Stereoanlage, Plattenspieler und Kassettenrecorder und in verstärktem Maße bei modernen Medien wie Computer, Internet, Videorecorder und -kamera. In dieser Hinsicht weisen zudem die Männer und die jüngeren Senioren eine umfassendere Medienausstattung auf.

Ähnliche Altersunterschiede ließen sich auch in der 1999 erhobenen SWR-Studie „50+“ aufzeigen (Grajczyk u.a. 2001). Zum Beispiel verfügt inzwischen fast ein Drittel aller Senioren ab 50 Jahre über einen Computer. Doch während dieser Anteil bei den 50- bis 65jährigen 40% beträgt, besitzen von den 65- bis 74jährigen Personen lediglich 17% ein solches Gerät (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Besitz elektronischer Geräte im Haushalt von Personen ab 50 Jahre (Stand 1999 in %)



Quelle: Grajczyk u.a. (2001) aus SWR-Studie „50+“, N = 1.000

Nach den Erhebungen des Statistischen Bundesamtes waren Haushalte von Rentnern ganz allgemein und zu jeder Zeit weniger umfangreich mit langlebigen technischen

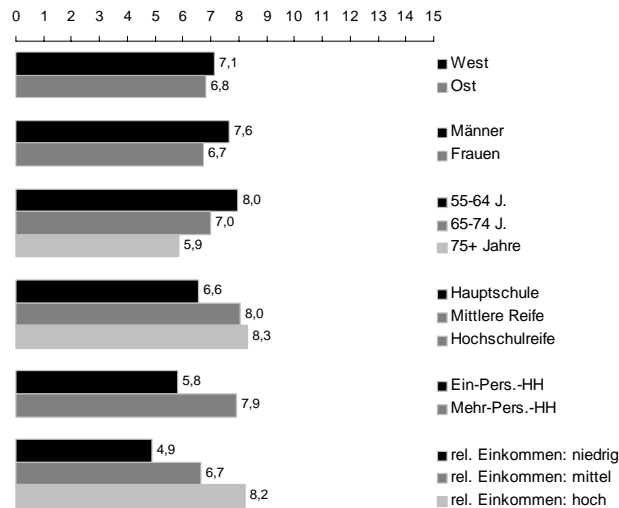
Gebrauchsgütern ausgestattet als die Haushalte von Angestellten und Arbeitern mit mittlerem Einkommen. Auch mit Daten des Sozio-ökonomischen Panels (SOEP) und eigenen Erhebungen lassen sich diese Befunde nachweisen, wobei in diesem Fall nicht der berufliche Status, sondern das Lebensalter zugrunde gelegt wurde. Innerhalb der Gruppe Älterer, ob man die Altersgrenze nun bei 55, 60 oder 65 Jahren zieht, haben sich bei diesen Analysen immer wieder Alter, Einkommen und Haushaltsgröße als besonders relevant erwiesen (Hampel u.a. 1991; Lüdtke u.a. 1994; Mollenkopf 1998).

Genaueren Aufschluss darüber, welche demographischen Variablen zur Erklärung beitragen helfen, ob jemand im Alter auf technische Geräte zurückgreifen kann oder nicht, geben Daten, die im Rahmen des interdisziplinären Forschungsprojekts *sentha* (Seniorengerechte Technik im häuslichen Alltag)³ erhoben wurden. In dieser bundesweiten Studie wurden im Sommer 1999 drei Kohorten (55 bis 64 Jahre, 65 bis 74 Jahre sowie 75 Jahre und älter) mit insgesamt 1.417 älteren Menschen über ihre Technikausstattung und -nutzung befragt. Auch danach bestätigt sich, dass im höheren Alter weniger technische Geräte zur Verfügung stehen als in den jüngeren Altersgruppen. Konform zu den Ergebnissen aus den 80er Jahren zeigen sich auch in dieser Untersuchung wieder ähnlich bedeutsame Unterschiede nach den verschiedenen soziodemographischen Ausprägungen.

Personen in Mehrpersonenhaushalten verfügen fast ausnahmslos über mehr technische Unterhaltungs- und Kommunikationsmittel als Alleinlebende, und Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen besitzen eine umfangreichere Ausstattung als Einkommensschwache und als Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss. Vergleicht man die Ausstattung allein lebender Männer und Frauen, dann zeigt sich, dass die Männer im Bereich der IuK-Technik über die umfangreichere Ausstattung verfügen. Je weniger ein bestimmtes technisches Gerät insgesamt verbreitet ist, umso stärker treten auch Unterschiede zwischen den Altersgruppen hervor (Mollenkopf u.a. 2000).

3 *sentha* ist ein von der DFG gefördertes interdisziplinäres Forschungsprojekt, in dem sieben verschiedene Fachgebiete an der Entwicklung seniorengerechter Produkte forschen. Originaltitel: Technik im Haushalt zur Unterstützung der selbständigen Lebensführung älterer Menschen (<http://www.senhta.tu-berlin.de>).

Abbildung 2: Mittlere Anzahl verfügbarer Kommunikations- und Unterhaltungsgeräte



Datenbasis: sentha-Survey 1999; N = 1.417

Mit der zunehmenden Verbreitung von Geräten haben sich die zunächst bestehenden Unterschiede in der technischen Ausstattung der Haushalte im Laufe der Zeit teilweise ausgeglichen. Radio, Fernsehgerät und Telefon beispielsweise gibt es inzwischen auch in praktisch jedem Haushalt Älterer. Sobald es jedoch um technische Geräte geht, die noch nicht zum Allgemeingut gehören, bestehen weiterhin Ausstattungsunterschiede, die nicht allein dadurch zu erklären sind, dass manche Anschaffungen sich für einen kleinen Haushalt oder den Haushalt älterer Menschen nicht (mehr) lohnen. Eine Hemmschwelle für den Erwerb und die Nutzung moderner IuK-Technologien besteht vermutlich auch in der – zumindest zum Teil berechtigten – Befürchtung, dass ihre Handhabung und Bedienung zu kompliziert sein könnte.

Mediennutzung

Gesamtgesellschaftlich betrachtet hat sich das Zeitbudget für die Nutzung von IuK-Technologien seit den 70er Jahren kontinuierlich ausgeweitet. Allein für die klassischen Massenmedien stieg der Anteil von täglich 3,5 Stunden 1970 auf fünf Stunden und 18 Minuten im Jahr 1995 (Personen ab 14 Jahren; Berg/Kiefer 1996, S. 295). Ältere Menschen gelten dabei mit fast sechs Stunden Nutzungsdauer als die intensivsten Medienkonsumenten.

Tabelle 1: Mediennutzung älterer Menschen

Zeitbudget (in Min./Tag)	Gesamt (14+)	60-69 Jahre	70 Jahre +
Fernsehen	193	230	241
Radio	203	200	145
Tageszeitung*	30	39	41
Zeitschrift*	11	13	11
Buch*	15	12	14
Video	2	1	1
Tonträger**	18	7	5
PC*	11	2	1
Reichweite (in %) (mehrmals in der Woche)	Gesamt (14+)	60-69 Jahre	70 Jahre +
Fernsehen	90,7	95,5	95,8
Radio	83,6	85,9	78,1
Tageszeitung	83,5	91,2	88,8
Zeitschrift	40,2	44,2	45,9
Buch	35,3	34,6	41,1
Video	7,4	5,3	5,8
Tonträger**	30,3	10,7	7,5
PC*	9,0	2,0	1,0

Quelle: Media Analyse 2001 aus Media Perspektiven: Basisdaten (2001)

* Quelle: Berg/Kiefer (1996). Diese Werte beruhen auf subjektiven Angaben

** Schallplatte, Kassette, CD, Tonband

Das zweifellos bedeutsamste IuK-Medium stellt in der heutigen Gesellschaft das Fernsehen dar (Doh 2000). Dies gilt insbesondere für ältere Zuschauer, wenn man deren Nutzungsverhalten, subjektive Einstellungen und Funktionszuschreibungen zum Fernsehen betrachtet.

Täglich schalten acht von zehn der älteren Personen den Fernseher ein, so viel wie in keiner anderen Altersgruppe (gesamt: 73%; Grajczyk/Klingler 1999, S. 43). Nach neueren telemetrischen Messungen beträgt das durchschnittliche tägliche Zeitbudget über vier Stunden und damit knapp eine Stunde mehr als in der Gesamtpopulation. Generell ist im Osten die Nutzung intensiver (ca. 30 Minuten mehr) als im Westen – was vermutlich auch am geringeren Freizeitangebot liegt. Ungefähr ein Drittel sehen täglich mehr als drei Stunden fern (mehr Frauen als Männer), 2% sogar über sieben Stunden (Grajczyk u.a. 1998). Unter den Extensivnutzern finden sich vor allem alleinlebende und einkommensschwache, ältere Frauen sowie Personen, die kontaktarm und gesundheitlich unzufrieden sind (Eckhardt/Horn 1988).

Ältere Menschen weisen ein ausgeprägtes Informationsbedürfnis auf, weshalb politische, regionale und aktuelle Sendungen stark frequentiert werden (Berg/Kiefer 1996). Nach Ergebnissen aus den 80er Jahren stehen zudem Sendungen, die eine

„leichte Unterhaltung mit orientierenden Elementen“ bieten (Naturfilme, Regionalsendungen, (alte) Spielfilme, Unterhaltungsshow, Familienserien und Ratgebersendungen), in der Gunst älterer Zuschauer – wobei es teilweise deutliche Unterschiede nach Geschlecht und Bildung gibt (Eckhardt/Horn 1988).

Mit zunehmenden Alter kommt auch die emotionale Komponente des Fernsehens verstärkt zum Tragen. Dass dieses Medium gegen Alleinsein hilft, zum Wohlbefinden beiträgt und in vieler Hinsicht als anregend gilt, bestätigte ungefähr die Hälfte der ab 70jährigen. Über ein Drittel stimmte der Aussage zu, das Fernsehen sei „fast wie ein Freund“ (Grajczyk u.a. 1998, S. 191). Die Sonderstellung des Fernsehens wird letztlich durch die vielfältigen Funktionen unterstrichen, die ältere Menschen diesem Medium zusprechen:

- Informationsvermittler und Meinungsträger („Fenster zur Welt“)
- Hilfe zur Zeitstrukturierung und Rhythmisierung des Alltags
- Rekreation und Entspannung
- Integration und Gemeinsamkeit (z.B. durch Live-Sendungen und Quizshows)
- Initiator von Interaktion und interpersonaler Kommunikation
- Nacherleben eigener Vergangenheit durch alte Filme oder zeitgeschichtliche Sendungen
- „Fenster zum Nahbereich“ durch lokale und regionale Programme
- Ersatz für Primär-Kommunikation
- Hintergrundmedium

Andere Medien hingegen können sich nur durch Spezialfunktionen profilieren, wie die Zeitung durch regionale Information und Hintergrundwissen, das Radio als Nebenbei-Medium zur Entspannung und Abwechslung und das Buch durch Vermittlung von Spezialwissen.

Die neuen IuK-Technologien, insbesondere Internet und Multimedia, werden die Gesellschaft in den nächsten Jahren nachhaltig beeinflussen. Der technische und mediale Wandel eröffnet auch immobilen oder sensorisch beeinträchtigten Personen immer mehr Handlungs- und Entscheidungsspielräume und bietet Chancen zur Selbstgestaltung, zur Selbsttätigkeit und zur Partizipation an der Gesellschaft (PRO-MISE-Consortium 1997; Roe 2001). Neben Dienstleistungsangeboten wie Tele-Shopping und -Banking oder Tele-Care eröffnet Multimedia älteren Menschen ein breites Feld an Informations- und Bildungsangeboten (Telelearning). Es bietet neue Kommunikationsmöglichkeiten (eMail), wodurch persönliche Kontakte zwar nicht ersetzt, aber unterstützt und ergänzt werden können. Multimedia kann auf diese Weise auch Generationen verbinden, gemeinsame Interessen und gegenseitiges Lernen fördern.

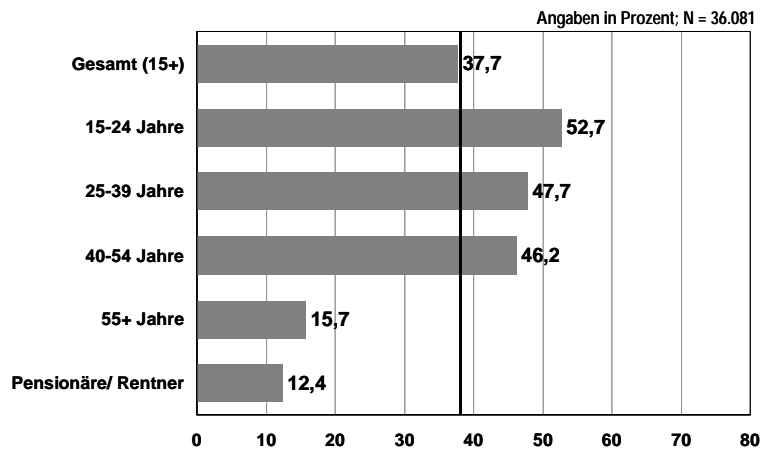
Auf der anderen Seite implizieren neue Medien auch Risiken. So könnte eine Wissensklüft oder eine sogenannte mediale Zweiklassengesellschaft entstehen, wenn weiterhin nur besser Gebildete und Einkommensstarke diese Medien nutzen und sich leisten können. Entsprechend sieht es auch die Europäische Kommission in ihrem „Bericht zur Beschreibung der sozialen Lage in Europa“: „Die Folgen der Globalisie-

rung und der neuen Informationstechnologie sind noch nicht abzuschätzen. Sie bringen häufig neue Chancen für den wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt mit sich und scheinen in bestimmten Fällen gleichzeitig neue Ungleichheitsrisiken zu bergen. In der Tat sind es genau die Menschen mit den besseren Lebensstandards in den drei Bereichen Einkommen, Bildung und Gesundheit, die die neuen, in der Gesellschaft verfügbaren Chancen am häufigsten nutzen. Es besteht somit eine große Gefahr, dass sich die Ungleichheiten noch verstärken, wenn man zulässt, dass bestimmte Gruppen zurückbleiben.“ (Eurostat 2001, S.15)

Die Bedeutung des Internets hat in Europa in den letzten Jahren zum Teil stark zugenommen. Im Jahr 2001 hatten fast 38% aller europäischen Haushalte einen privaten Internetzugang. In Deutschland ist die Internet-Nutzung mit 38,4% zwar leicht überdurchschnittlich, doch liegt es in der Rangreihe erst an 11. Stelle und somit lediglich im Mittelfeld. Vor allem die skandinavischen Länder und die Niederlande sind in der Entwicklung weit voraus (Flash Eurobarometer 112, November 2001, S. 12).

Der Anteil an älteren Internetnutzern und -nutzerinnen ist dabei in allen Ländern stark unterrepräsentiert. Während 2001 bereits über 50% der jüngsten Altersgruppe (15 bis 24 Jahre) über einen privaten Internetzugang verfügten, nimmt der Anteil mit dem Alter kontinuierlich ab. In der Altersgruppe ab 55 Jahre beträgt er lediglich 15,7%, bei den Pensionären und Rentnern nur 12,4% (Flash Eurobarometer 112, November 2001). Es besteht also ein großes Gefälle zwischen den älteren Menschen und der restlichen Bevölkerung (Abbildung 3).

Abbildung 3: Haushalte mit Internetzugang in der Europäischen Union nach Alter



Quelle: Flash Eurobarometer 112, November 2001, S. 12

Ein Blick in die USA zeigt, dass ältere Menschen das neue Medium auch dort noch unterdurchschnittlich nutzen, doch ist die sogenannte „digitale Spaltung“ bei weitem nicht so extrem wie in Europa. Während in den USA 2001 mittlerweile über die Hälfte der Personen ab drei Jahre das Internet nutzt, beträgt der Anteil der Personen ab 50 Jahre rund 37% (U.S. Department of Commerce, 2002, S. 26). 1997 betrug der Anteil in der Gesamtbevölkerung 22,2%, bei den Senioren lediglich 11,2%; das heißt, gerade die bislang so unterrepräsentierte Nutzergruppe hat in den letzten drei Jahren stark aufgeholt.

Eine ähnliche Entwicklung, wenngleich auf niedrigerem Niveau, zeichnet sich in den letzten Jahren auch in Deutschland ab. Im Vergleich zu den USA ist das Internet hierzulande zwar immer noch ein ganz junges, sich im Frühstadium seiner Verbreitung befindliches Medium. Die Verbreitung nimmt jedoch rasch zu.⁴ 1997 betrug der Anteil der Internet- beziehungsweise Online-Nutzer und -nutzerinnen in der Gesamtbevölkerung lediglich 6,5%, und unter den älteren Menschen gab es praktisch kaum Internetnutzer (0,2%). Laut der ARD/ZDF-Online-Studie von 2001 nutzen inzwischen 8% der Personen ab 60 Jahre das Internet im Vergleich zu knapp 40% in der Gesamtbevölkerung (van Eimeren u.a. 2001, Tabelle 2).

4 Das starke und kontinuierliche Anwachsen belegen auch die aktuellen Daten der monatlich erhobenen @facts-Studie (Stand April, 2002): Während mittlerweile fast jeder Zweite in Deutschland das Internet in den letzten 12 Monaten genutzt hat, sind es immerhin schon über 20% der ab 50jährigen. Bei den ab 70jährigen beträgt der Anteil allerdings lediglich 4,7% (SevenOne Interactive GmbH 2002).

Tabelle 2: Soziodemographische Struktur der Onlinenutzer 1997-2001

in %		1997	1998	1999	2000	2001
Basis: Onlinenutzer						
abs.		1 003	1 006	1 002	1 005	1 001
in %		100	100	100	100	100
Geschlecht						
männlich		73	72	65	61	59
weiblich		27	28	35	39	41
Alter in Jahren						
14-19		7	22	13	13	13
20-29		31	29	26	25	22
30-39		35	34	26	27	24
40-49		18	17	18	18	21
50-59		8	7	14	12	13
60 und älter		1	2	3	4	6
Schulbildung						
Volks-/Hauptschule		11	14	14	13	19
weiterführende Schule		28	23	29	36	34
Abitur		21	19	24	23	24
Studium		41	43	33	28	22
Berufstätigkeit						
in Ausbildung		74	70	69	70	65
berufstätig		24	24	22	21	21
Rentner/nicht berufstätig		3	6	9	9	14

Quelle: van Eimeren u.a. (2001, S. 384) aus ARD/ZDF-Online-Studie 2001

Betrachtet man die soziodemographische Struktur der älteren Männer und Frauen, die das Internet tatsächlich nutzen, etwas genauer, so zeigt sich wiederum eine deutliche „digitale Kluft“. Lediglich 6% aller Internetnutzer sind 60 Jahre und älter. Vor allem die Altersgruppen 20 bis 29, 30 bis 39 und 40 bis 49 Jahre sind stark vertreten (21 bis 24%). Diese Unterrepräsentanz der Älteren manifestiert sich insbesondere vor dem Hintergrund, dass sie zu den bevölkerungsstärksten Altersgruppen zählen. Andererseits hat ihr Anteil an allen Onlinenutzern seit 1997 verhältnismäßig stark zugenommen (von 1% auf 6%), während er in den anderen, dominierenden Altersgruppen abgenommen hat. Ähnlich konnten auch die Rentner und andere nicht berufstätige Personen ihren Anteil seit 1997 von 3% auf 14% um mehr als vervierfachen. Männliche Nutzer sind im Verhältnis zu ihrem Anteil an der älteren Bevölkerung deutlich überrepräsentiert, aber die Frauen scheinen allmählich aufzuholen.

Wer sind nun die (wenigen) älteren Personen, die das Internet nutzen? Darüber geben die Sonderauswertungen der seit 1997 jährlich erhobenen ARD/ZDF-Online-Studie Aufschluss (Grajczyk u.a. 2001, S. 196; Grajczyk/Klingler 1999, S. 48):

- 75% sind zwischen 50 und 59 Jahre alt; nur 4% sind 70 Jahre und älter (Stand 1998).
- 68% sind Männer (Stand 2000; 1998 waren es 74%)
- 64% der älteren Nutzer sind noch voll berufstätig und lediglich 16% sind Rentner (Stand 2000). 1998 waren es sogar 71% voll Berufstätige und 23% Rentner.
- 31% haben studiert (Stand 2000). 1998 waren es noch 43%.

Der überwiegende Anteil der Senioren-Internetnutzer ist also jung, männlich, berufstätig und hochgebildet! Die Zahlen verdeutlichen, auf welch engen, spezifizierten Seniorenkreis das neue Medium noch beschränkt ist und wohl auch noch weitere Zeit bleiben wird – wenngleich sich tendenziell die Relationen zu verschieben beginnen: Langsam finden auch mehr ältere Frauen und Personen mit niedrigerem Bildungsniveau einen Zugang zum Internet.

Wie andere Altersgruppen auch, sehen Senioren die Möglichkeit, an interessante Informationen heranzukommen, als den wichtigsten Grund für einen Internetanschluss an. An zweiter Stelle folgt das eMailen, was bei den Senioren sogar einen überdurchschnittlichen Wert erzielt. Alle weiteren Motive werden von Älteren zum Teil deutlich weniger genannt als von jüngeren Personen. Lediglich der berufliche Nutzen spielt eine vergleichsweise übergeordnete Rolle, was wiederum auf die besondere Nutzerschicht dieser Altersgruppe verweist, nämlich die jungen, noch berufstätigen Senioren (Grajczyk/Klingler 1999).

Im Übrigen gaben 2000 44% der älteren Internetnutzer an, dies nur von zu Hause aus zu machen (gesamt ab 14 Jahre: 43%); 18% gehen nur über ihren Arbeitsplatz oder eine öffentliche Einrichtung ins Netz (gesamt: 22%); 38% machen beides (gesamt: 33%) (Grajczyk u.a. 2001, S. 197).

Ältere Menschen nutzen das Internet vergleichsweise am seltensten und auch nicht so intensiv wie andere Altersgruppen, wenngleich sich die durchschnittliche Dauer der mit dem Internet verbrachten Zeit in den letzten Jahren von täglich 68 Minuten (1998) auf 82 Minuten (2000) erhöht hat (gesamt: 76 Minuten auf 91 Minuten).

Wie nach den Gründen zur Einrichtung einer Onlineverbindung zu erwarten, nutzen ältere Menschen das Internet vornehmlich zum eMailen. 81% gaben an, dies zumindest einmal in der Woche zu tun. Interessanterweise kommt an zweiter Stelle schon das Home-Banking mit überdurchschnittlichen 50% (gesamt: 40%) – was wiederum auf die spezielle Nutzerschicht älterer Menschen weist. Alle weiteren Nutzungsmöglichkeiten fallen in ihrer Frequentierung schon deutlich ab und werden auch nicht so intensiv ausgeübt wie in den jüngeren Altersgruppen. Relativ selten wurden Optionen wie Newsgroups, Online-Shopping und Computerspiele genannt. Online-dienste wurden vor allem zum Einholen von Reiseinformationen genutzt (Grajczyk u.a. 2001, S. 196).

Tabelle 3: Genutzte Online-Einsatzmöglichkeiten (1999 nach Altersgruppen)

„wird mindestens einmal wöchentlich genutzt“, in %

nutze Online für...	Gesamt	Alter in Jahren				
		14-19	20-29	30-39	40-49	50+
versenden und empfangen von E-Mails	82	74	82	85	81	81
ziellooses Surfen im Internet	55	68	64	53	44	47
tagesaktuelle Nachrichten	46	34	47	54	48	39
Überspielen/Downloaden von Dateien	44	43	47	45	39	42
Homebanking	40	16	35	48	44	50
Ratgeber-/Serviceinformationen	38	24	41	45	38	34
Gesprächsforen/Newsgroups/chatten	24	44	31	22	16	11
Computerspiele	23	49	23	21	15	16
Kleinanzeigen	19	13	25	21	17	14
Onlineshopping	12	9	10	17	13	8
Netzwerke- bzw. Multiuserspiele machen	7	18	9	4	4	2

Quelle: Graczyk u.a. (2001, S. 197) aus ARD/ZDF-Online-Studie 2000

Die Älteren unterscheiden sich nicht von anderen Altersgruppen, wenn es um die Problemfelder beim Surfen geht. Auch die ab 50jährigen Internetnutzer sehen sich häufig durch die Werbung gestört (wie gesamt: 43%), finden, dass der Seitenaufbau zu lange dauert (wie gesamt: 38%); 34% meinen, dass das Auffinden von Seiten zu lange dauert (gesamt: 31%), und 23% meinen, dass Webseiten unübersichtlich sind (gesamt sogar 27%) (Graczyk u.a. 2001, S. 198). Diese Daten bilden ein weiteres Indiz dafür, dass die wenigen älteren Menschen, die sich das Internet zu eigen gemacht haben, technik- und medienkompetent sind.

Die gesellschaftlichen Konsequenzen durch die Verbreitung von Multimedia und Internet sehen ältere Menschen weit kritischer und distanzierter als jüngere Altersgruppen (Graczyk/Klingler 1999, S. 49). Personen ab 50 Jahre äußern weit häufiger die Befürchtung, dass persönliche Kontakte seltener werden (30% stimmten voll und ganz zu; gesamt: 20%) und dass nur wenige finanziell in der Lage sind, sich die Online-Angebote leisten zu können (20% zu gesamt 14%). Andererseits sehen sie eine Etablierung dieses neuen Mediums in der Gesellschaft gleichermaßen wie zuvor die Verbreitung von Fernsehen, Radio und Zeitung (67% zu gesamt 69%).

Spezielle Studien konnten aufzeigen, dass der kompetente Umgang mit diesem Medium auch positive psychosoziale Auswirkungen haben kann: in einer Studie der Universität Erlangen-Nürnberg wurden zwischen 2000 und 2001 197 aktive ältere Mitglieder der Initiative „SeniorenNetz Erlangen“ befragt. Der Alters-Range betrug 43 bis 94 Jahre, davon waren 30% über 70jährige Männer; 10% hatten Abitur und knapp 50% keine berufliche Erfahrung mit dem PC. Ein Großteil der Befragten – vor allem Frauen – gab an, dass das Internet nach eigener Einschätzung ihre Lebensqualität verbessert habe. Auch würde der regelmäßige Umgang mit dem neuem Medium nach und nach selbstbewusster machen. Vorteile und Erleichterungen durch das Inter-

net sehen diese Personen vor allem in den Bereichen Reisen, Finanzgeschäfte und soziale Kontakte (Held/Plechaty, im Druck).

Eine kanadische Studie aus dem Jahre 2000, durchgeführt vom McGill Centre for Studies in Ageing, befragte ebenfalls Teilnehmer und Teilnehmerinnen von Internetkursen (Straka/Clark 2000). Das Klientel bestand in diesem Fall aus 84 körperlich beeinträchtigten Hochaltrigen, die ambulant oder stationär in Altenheimen oder Seniorentagesstätten verweilten (26 Männer; 58 Frauen; Altersdurchschnitt 85,5 Jahren; Alters-Range 68 bis 98 Jahren). Diese Personen nahmen an einer neunwöchigen Schulung teil und erhielten dann die Möglichkeit, für weitere 6 Monate mit Betreuung regelmäßig den Computer und das Internet zu nutzen. Fast alle Teilnehmer nannten eine Vielzahl von positiven Effekten. Einer der bedeutsamsten Effekte war das Gefühl, wieder ein Teil der Gesellschaft zu sein, nachdem sie einige Computererfahrungen gesammelt hatten. Ein weiterer Haupteffekt war das Verstärken ihres sozialen Netzwerks durch eMail. Als bedeutsam und wichtig wurde auch das Gefühl der Meisterung und des Erfolgs genannt, die Freude, sich neues Wissen angeeignet zu haben und zu lernen, wie Computer funktionieren.

Wenn Ältere ausreichend Zeit und Unterstützung für das Erlernen neuer Medienbeziehungsweise Kommunikationskompetenzen finden und die Erfahrung machen, dass ihr Lebensalltag, ihre sozialen Beziehungen und ihre gesellschaftliche Teilhabe dadurch an Qualität gewinnen, können sie die neuen technischen Möglichkeiten also durchaus akzeptieren und in einer für sie befriedigenden Weise nutzen.

4 Digitale Chancen für alle?

In modernen westlichen Industriegesellschaften ist kaum ein Bereich menschlichen Handelns mehr ohne technische Unterstützung oder Vermittlung vorstellbar. Nicht nur im Bereich industrieller Fertigung und Arbeitsorganisation ist der Einsatz neuer Technologien heutzutage eine Selbstverständlichkeit. Traditionelle Techniken wurden dabei weitgehend (zum Teil gar nicht bemerkt von ihren Benutzern und Benutzerinnen) durch moderne, elektronisch gesteuerte Technologien abgelöst. Informationsbeschaffung kann über eine wachsende Vielfalt von Medien erfolgen, Kommunikation – eine in pluralistischen Gesellschaften mit ihren vielfältigen Lebensformen, Wertorientierungen und gesellschaftlichen Bereichen unerlässliche Voraussetzung für soziale Integration und gesellschaftliche Teilhabe – mittels interaktiver Übertragungssysteme ermöglicht oder zumindest erleichtert werden. Räumliche und zeitliche Beschränkungen verlieren durch neue Medien an Gewicht, und die Grenzen zwischen virtuellen und konkreten Räumen, zwischen Nähe und Distanz verschwimmen.

Wie sich die vielfältigen technischen Möglichkeiten langfristig auf die Kommunikationsbedürfnisse und -möglichkeiten – und damit auf die Lebensqualität alter Menschen – auswirken werden, ist allerdings eine offene Frage. Sicher ist hingegen, dass sie ganz neue Fähigkeiten und Fertigkeiten benötigen, wenn sie die dafür notwendigen Technologien nutzen wollen oder auch müssen.

Die Befunde der vorgestellten Studien haben gezeigt, dass der Erwerb und die Nutzungsmöglichkeiten von Technik in den Bereichen Information und Kommunikation weitgehend von ökonomischen und sozialstrukturellen Bedingungen abhängen. Dies wird sich vermutlich auch in Zukunft nicht wesentlich ändern, wenn die nächsten Generationen in die Lebensphase Alter eintreten. Im Durchschnitt werden die in den kommenden Jahren nachrückenden Kohorten Älterer besser gebildet und wohlhabender sein als die heute alten Menschen (Zweiter Zwischenbericht „Demographischer Wandel“, 1998), wenn auch nach wie vor große Einkommensunterschiede bestehen werden. Viele von ihnen werden auch bereits in Beruf und Freizeit, im häuslichen Alltag und in öffentlichen Bereichen den Umgang mit neuen IuK-Technologien, mit PC und Internet, mit digitalen Kameras und vernetzter Haushaltstechnik auf intensive Weise und in vielerlei Hinsicht geübt haben, auch wenn sie noch nicht mit diesen Technologien aufgewachsen sind. Diese Erfahrungen dürften zu einer hohen Offenheit gegenüber technischen Neuerungen und steigenden Ansprüchen an kommunikationstechnische Medien führen.

Darauf deuten auch Befunde aus der sentha-Studie hin, die zeigen, dass die Technikakzeptanz – ein Konstrukt aus fünf Aussagen zur Technik – umso größer ist, je jünger die Befragten sind. Der Anteil der Technik-Befürworter ist in der jüngsten Altersgruppe (55 bis 64 Jahre) deutlich höher als in den beiden älteren Gruppen. In der ältesten Befragtengruppe (ab 75 Jahre) gibt es die wenigsten Befürworter und die meisten Kritiker. Zwischen Ost- und Westdeutschen bestehen in dieser Hinsicht kaum Unterschiede, während sich beim Bildungsniveau eine deutlich höhere Befürwortung bei den formal besser Gebildeten erkennen lässt.

Tabelle 4: Technikakzeptanz älterer Menschen (%-Werte)

	Altersgruppe			Ost-West-Vergleich		Bildungsniveau		
	55-64 Jahre	65-74 Jahre	75 + Jahre	West	Ost	Volks-/ Hauptschul- abschluss	Mittlere Reife	Hochschul- Reife
Befürworter	34	28	21	28	29	25	30	45
Skeptiker	25	21	25	24	22	24	24	21
Rationalisierer	24	26	28	25	28	26	29	23
Kritiker	17	24	27	23	20	26	17	21

Datenbasis: sentha-Survey 1999; N = 1.417, gewichtete Daten

Da die entsprechenden technischen Kompetenzen weitgehend in beruflichen Zusammenhängen vermittelt werden, besteht die Gefahr, dass ein nicht unbeträchtlicher Teil alter und alternder Männer und Frauen auch in Zukunft keinen Zugang zu dieser Möglichkeit des Erwerbs von Fähigkeiten haben und auf private Initiativen angewiesen sein wird. Während für einen Teil der Älteren das Informationszeitalter längst

begonnen hat und beispielsweise das Internet für sie einen effizienten Zugang zur Welt, zu Weiterbildung und sozialem Austausch darstellt (Stadelhofer 2000), wird der Zugang zu Informationen, Personen, Orten und Gütern für Menschen, die nicht mehr automatisch in soziale Beziehungen und gesellschaftliche Bereiche eingebunden und/oder nicht mehr voll mobil sind, zunehmend schwieriger, wenn ihnen die entsprechenden technischen Voraussetzungen fehlen. Neue Begriffe und Szenarien wie die vom heranwachsenden „Internetproletariat“ oder der drohenden „digitalen Spaltung der Gesellschaft“ verweisen auf diesen neuen Typ sozialer Ungleichheit, der nicht nur in ungleichen materiellen Voraussetzungen, sondern auch ungleichen Zugangs- und Handlungsspielräumen (Backes/Clemens 2000) begründet ist.

Ein Problem ist zudem, dass viele Menschen noch keinen Bedarf, Nutzen und damit Sinn in den neuen Technologien und Medien sehen – eine Einstellung, die man insbesondere bei Älteren findet. Eine Untersuchung unter Nichtnutzern von Online-Technologien (sogenannte Offliner) aus dem Jahre 2001 ergab, dass 71% „weder beruflich noch privat einen PC brauchen“; 64% haben „keine Zeit/Lust sich mit dem PC zu beschäftigen“ und 51% meinen, dass „durch PC-Nutzung soziale Kontakte vernachlässigt werden“ (Grajczyk/Mende 2001). Die Befürchtung, nicht mit einem PC umgehen zu können, ist nicht so ausgeprägt und hat in den letzten Jahren abgenommen (35%). Speziell ältere Offliner (60+) nannten dies zu 40% (2000 waren es noch 49%). Wie stark die Abwehrhaltung jedoch gerade unter diesen älteren Personen ist, zeigt die geringe Absicht, sich einen PC anzuschaffen. Während dies in der Gesamtpopulation 17% ganz bestimmt oder wahrscheinlich machen wollen (2000: 13%), sind es unter älteren Nichtnutzern – unverändert seit 2000 – nur 5%. Im Vergleich zu 76% der Gesamtpopulation, die sich bestimmt keinen Computer anschaffen wollen (2000: 77%), beträgt der Anteil der Totalablehner unter älteren Offlinern 93% – 2000 waren es noch 88%.

Tabelle 5: Online-Nichtnutzer ab 14 Jahren, die derzeit keinen PC nutzen, in %

	Alter							
	14-39 J.		40-59 J.		60 J. u. älter		gesamt	
Computer wird angeschafft	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
ganz bestimmt	8	15	9	7	2	0	5	5
wahrscheinlich	31	31	6	10	3	5	8	12
wahrscheinlich nicht	20	17	10	8	8	3	10	7
bestimmt nicht	40	37	75	75	88	93	77	76

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2001: n=512, 2000: n=500);

Teilgruppe: Befragte, die zur Zeit keinen PC nutzen (2001: n=292, 2000: n=260); davon 14-39 Jahre: 2001: n=59, 2000: n=66; 40-59 Jahre: 2001: n=86, 2000: n=91; über 60 Jahre: 2001: n=147, 2000: n=103.

Quelle: Grajczyk/Mende, 2001; ARD/ZDF-Offline-Studie 2001

Vor diesem Hintergrund bedarf es besonderer Strategien und Anspracheweisen, damit solche Personengruppen nicht benachteiligt werden und sich zunehmend von der Gesellschaft ausgegrenzt fühlen, weil sie „durch das digitale Netz fallen“. Für die Älteren gilt in stärkerem Maße als für andere: vor allem diejenigen werden diskrimi-

niert, die neue IuK-Technologien aufgrund mangelnder Erfahrungs- und Bildungschancen, fehlender ökonomischer oder struktureller Ressourcen oder unzureichender intellektueller oder physischer Kompetenzen nicht nutzen können. Damit die Chancen und Potentiale neuer Informations- und Kommunikationsmedien auch von älteren Menschen kompetent genutzt werden können und ihre Akzeptanz weiter zunimmt, sind deshalb entsprechende strukturelle und gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen erforderlich: Schaffung umfassender und freier Zugangsmöglichkeiten zum Internet, Bereitstellung bedarfsorientierter Angebote und bedarfsgerechter Techniken (z.B. Bedienungsfreundlichkeit), Senkung der Anschaffungs- und Nutzungskosten sowie Sicherung und Gewährleistung des Datenschutzes.

Daneben bedarf es vielfältiger von der Politik und Wirtschaft getragener Fördermaßnahmen, um ältere Menschen seniorengerecht an die Wissensgesellschaft heranzuführen (Erkert/Salomon 1998). Tatsächlich gibt es seit einigen Jahren zahlreiche umgesetzte Initiativen und Projekte für Senioren. Zudem entstehen mittlerweile auch zunehmend Verbünde und Informationsportale. Im Folgenden seien exemplarisch einige ausgewählte Initiativen genannt.

Mitte der 90er Jahre wurde – innerhalb des „Forums Info 2000“ – ein Arbeitskreis „Senioren in der Informationsgesellschaft“ gebildet, aus dem mittlerweile der Verein „Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft e.V.“ entstanden ist (<http://www.vsiw.de>). Getragen durch Fördermittel von Bund, Land und Sponsoren will dieser Verein die Vermittlung von Medienkompetenz auf dem Weg in die Informations- und Wissensgesellschaft fördern. Ferner will er beitragen, Zugangshemmnisse zu Produkten und Leistungen der Informations- und Kommunikationswirtschaft für Seniorinnen und Senioren zu überwinden und zu minimieren. Seit 1998 betreibt der Verein das „Senior-Info-Mobil“, bei dem ein multimedial ausgestatteter Bus durch die Bundesrepublik fährt und für Senioren Computer- und Internetkurse anbietet.

Des Weiteren gibt es seit Januar 2002 die Stiftung „Digitale Chancen“, die im Jahr 2001 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert wurde und mit dem Informationsportal <http://www.digitale-chancen.de> zur Überwindung der „digitalen Spaltung“ beitragen will. Mit Experten aus Wissenschaft und Praxis werden dort umfassend zu allen unterrepräsentierten Gruppen Materialien und Informationen, Tipps und Links, sowie Termine von Schulungsangeboten und Kongressen gebündelt und zur Verfügung gestellt. Das Deutsche Zentrum für Altersforschung in Heidelberg (DZFA) und das Zentrum für Allgemeine Wissenschaftliche Weiterbildung in Ulm (ZAWIW) sind hierbei für den Bereich Senioren zuständig.

Das ZAWIW (<http://www.uni-ulm.de/uni/fak/zawiw/index.html>) bietet speziell für ältere Menschen Weiterbildungsmaßnahmen für Computer und Internet an. Dabei initiieren sie großangelegte nationale und internationale Projekte wie das Netzwerk „European Network Learning in Later Life“ oder „SoLiLL“ (Selbstorganisierte Lerngruppen in Europa).

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend fördert ein Informations- und Ideen-Pool für Initiativen älterer Menschen (unter <http://www.senioren-initiativen.de>), das von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisatio-

nen (BAGSO) betreut wird. Hier findet man Selbstdarstellungen von 584 Initiativen, Gruppen und Einrichtungen, in denen sich ältere Menschen engagieren.

Die Interessengemeinschaft *SeniorenNet* (<http://www.seniorennet.de/>) bezeichnet sich selbst als das „Netz der Menschen ab 50“ und hat das Ziel, Seniorinnen und Senioren den Einstieg in die Welt der neuen Medien zu erleichtern. Nach dem Motto „Von Senioren für Senioren, und das Ganze überregional“ versteht sich das *SeniorenNet* als virtuelle Community und ist bundesweit aktiv.

Auch wenn entsprechende Fördermaßnahmen zunehmen und Wirkung zeigen, darf nicht übersehen werden, dass die modernen Medien selbst bei steigender Nachfrage und Nutzung durch ältere Menschen vorerst nur einer begrenzten Gruppe bildungsinteressierter, aktiver, junger Alten vorbehalten bleiben. Ältere Menschen werden – zeitlich versetzt zu den jüngeren Altersgruppen – erst allmählich in die neu entstehende Multimedia-Welt hineinwachsen. Es wird daher noch Jahre dauern, bis ältere Menschen das Internet so selbstverständlich als Alltagsmedium nutzen wie heute das Telefon und das Fernsehen.

Literatur

- Backes, Gertrud. M; Clemens, Wolfgang, 2000: Lebenslagen im Alter – Erscheinungsformen und Entwicklungstendenzen. In: Backes, Gertrud M.; Clemens, Wolfgang (Hrsg.): Lebenslagen im Alter. Gesellschaftliche Bedingungen und Grenzen. Opladen: Leske + Budrich, S. 7–27.
- Basisdaten (2001). Daten zur Mediensituation in Deutschland 2001. Media Perspektiven.
- Berg, Klaus; Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.), 1996: Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995. Baden-Baden: Nomos.
- Doh, Michael, 2000: Medien. In: Wahl, Hans-Werner; Tesch-Römer, Clemens (Hrsg.): Angewandte Gerontologie in Schlüsselbegriffen. Stuttgart: W. Kohlhammer, S. 424-429.
- Eckhardt, Josef; Horn, Imme, 1988: Ältere Menschen und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 8. Frankfurt/M.: Alfred Metzner.
- Erkert, Thomas; Salomon, Jürgen (Hrsg.), 1998: Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft. Bielefeld: Kleine Verlag.
- Eurostat (2001). Beschreibung der sozialen Lage in Europa 2001. Europäische Kommission: Brüssel. <http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/printcatalogue/DE?catalogue=Eurostat>. [Zugriff 11.08.02].
- Flash-Eurobarometer 112 (November, 2001): „Internet and the general public“. EOS Gallup Europe. http://europa.eu.int/information_society/eeurope/benchmarking/list/source_data_pdf/112_report_en.doc. [Zugriff 10.08.02].
- GfK-Online-Monitor: 7. Welle, 2001. Gruner + Jahr Electronic Media Service. <http://www.ems.guj.de/>. [Zugriff 11.08.02].

- Grajczyk, Andreas; Klingler, Walter, 1999: Mediennutzung der ab 50jährigen. Daten zum Medienverhalten der ab 50jährigen. In: Büchler-Krienke, Heidi (Hrsg.): Zielgruppe „50plus“. Ältere Menschen, Medien und Werbung. Materialien zur Medienpädagogik, Nr. 59, S. 37-50.
- Grajczyk, Andreas; Klingler, Walter; Schmitt, Sybille, 2001: Mediennutzung, Freizeit- und Themeninteressen der ab 50-Jährigen. In: Media Perspektiven (8), S. 398-409.
- Grajczyk, Andreas; Klingler, Walter; Zöllner, Oliver, 1998: Fernsehverhalten älterer Menschen. In: Media Perspektiven (4), S. 190-205.
- Grajczyk, Andreas; Mende, Annette, 2001: Nichtnutzer von Online: Internet für den Alltag (noch) nicht wichtig. In: Media Perspektiven (4), S. 189-201.
- Hampel, Jürgen; Mollenkopf, Heidrun; Weber, Ursula; Zapf, Wolfgang, 1991: Alltagsmaschinen. Die Folgen der Technik in Haushalt und Familie. Berlin: edition sigma.
- Held, Paul; Plechaty, Marcel (im Druck): Chancen und Möglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnologien für ältere Menschen. Studie gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen (BStMAS).
- Hilbert, Josef, 1998: Das virtuelle Altenheim. In: Erkert, Thomas; Salomon, Jürgen (Hrsg.): Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft. Bielefeld: Kleine Verlag, S. 171-174.
- Lüdtke, Hartmut; Matthäi, Ingrid; Ulbrich-Herrmann, Matthias, 1994: Technik im Alltagsstil. Marburger Beiträge zur Sozialwissenschaftlichen Forschung, Band 4. Marburg: Institut für Soziologie der Philipps-Universität.
- Lutz, Burkhard (Hrsg.), 1989: Technik in Alltag und Arbeit. Beiträge der Tagung des Verbunds Sozialwissenschaftliche Technikforschung, Bonn 1989. Berlin: edition sigma.
- Marcellini, Fiorella; Mollenkopf, Heidrun; Spazzafumo, Liana; Ruoppila, Isto, 2000: Acceptance and use of technological solutions by the elderly in the outdoor environment: findings from a European survey. In: Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie, 33, S. 169-177.
- Merten, Klaus, 1990: Unsere tägliche Wirklichkeit heute. Wie Medien die Kommunikation entfalten. In: Deutsches Institut für Fernsehen an der Universität Tübingen (Hrsg.): Funkkolleg: Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Studienbrief 5. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, S. 11-40.
- Meyer, Sibylle; Schulze, Eva (Hrsg.), 1993: Technisiertes Familienleben – Blick zurück und nach vorn. Berlin: edition sigma.
- Mollenkopf, Heidrun, 1998: Technik im Dienste der Lebensqualität im Alter. In: Borscheid, Peter; Bausinger, Hermann; Rosenmayr, Leopold (Hrsg.): Die Gesellschaft braucht die Alten. Fragen der (Wieder-)Eingliederung in den Lebenszusammenhang. Opladen: Leske + Budrich, S. 98-118.
- Mollenkopf, Heidrun; Meyer, Sibylle; Schulze, Eva; Wurm, Susanne; Friesdorf, Wolfgang, 2000: Technik im Haushalt zur Unterstützung einer selbstbestimmten Lebensführung im Alter – Das Forschungsprojekt „sentha“ und erste Ergebnisse

- des Sozialwissenschaftlichen Teilprojekts. In: Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie, 33(3), S. 155-168.
- PROMISE Consortium (Hrsg.), 1998: The promise of the information society. Good practice in using the information society for the benefit of older people and disabled people. Helsinki: STAKES National Research and Development Centre for Welfare and Health.
- Roe, Patrick R.W. (Hrsg.), 2001: Bridging the Gap? Access to telecommunications for all people. Brüssel: European Commission.
- Sackmann, Reinhold; Weymann, Ansgar, 1994: Die Technisierung des Alltags. Generationen und technische Innovationen. Frankfurt/New York: Campus.
- SevenOne Interactive GmbH (Hrsg.): @facts-Studie Reports 2002 (April 2002). Sonderauswertung. <http://www.digitale-chancen.de/transfer/downloads/MD296.pdf> [Zugriff 14.08.02].
- Stadelhofer, Carmen, 2000: Möglichkeiten und Chancen der Internet-Nutzung durch Ältere. In: Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie, 33, S. 186-194.
- Straka, Silvia M.; Clark, Fiona, 2000: Internet Access for frail older Seniors. The McGill Centre for Studies in Aging, Montreal, Quebec. http://www.aging.mcgill.ca/pdf/conn_proj_e.pdf. [Zugriff 12.08.02].
- US. Department of Commerce, 2002: A Nation online: How Americans are expanding their use of the Internet. <http://www.esa.doc.gov/508/esa/nationonline.htm>. [Zugriff 10.08.02].
- Van Eimeren, Birgit; Gerhard, Heinz; Frees, Beate, 2001: ARD/ZDF-Online-Studie 2001: Internetnutzung stark zweckgebunden. In: Media Perspektiven (8), S. 382-397.
- Zweiter Zwischenbericht der Enquête-Kommission, 1998: Demographischer Wandel. Zur Sache 8/98. Bonn: Deutscher Bundestag.

Michael Doh, M.A.
Deutsches Zentrum für Alternsforschung
an der Universität Heidelberg (DZFA)
Bergheimer Straße 20
69115 Heidelberg
Tel. ++49.6221.548113
Fax: ++49.6221.548112
eMail: doh@dzfa.uni-heidelberg.de

Michael Doh, Jahrgang 1964, Dokumentations-Assistent am Deutschen Zentrum für Alternsforschung an der Universität Heidelberg (DZFA). Forschungsschwerpunkt: Medien und ältere Menschen. Aktuelle Veröffentlichung: Doh, Michael, 2000: Medien. In: Wahl, Hans-Werner, Tesch-Römer, Clemens (Hrsg.): Angewandte Gerontologie in Schlüsselbegriffen. Stuttgart: W. Kohlhammer, S. 424-429.

Dr. Heidrun Mollenkopf
Deutsches Zentrum für Alternsforschung
an der Universität Heidelberg (DZFA)
Bergheimer Straße 20
69115 Heidelberg
Tel. ++49.6221.548115
Fax: ++49.6221.548112
eMail: mollenkopf@dzfa.uni-heidelberg.de

Dr. Heidrun Mollenkopf, Jahrgang 1940, studierte Soziologie, Psychologie und Pädagogik. Seit 1984 Wissenschaftliche Mitarbeiterin in verschiedenen Forschungsprojekten und verschiedenen europäischen Gremien zu „Ageing and Technology“. 1995 Promotion. Seit 1997 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Deutschen Zentrum für Alternsforschung an der Universität Heidelberg (DZFA). Aktuelle Veröffentlichungen (Auswahl): Mollenkopf, Heidrun; Flaschenträger, Pia, 2001: Erhaltung von Mobilität im Alter. Stuttgart: Kohlhammer. Mollenkopf, Heidrun; Gäng, Karin; Mix, Stefan; Sunkyo, Kwon, 2001: Alter und Technik. In: Deutsches Zentrum für Altersfragen (Hrsg.): Personale, gesundheitliche und Umweltressourcen im Alter. Opladen: Leske + Budrich, S. 253 – 440. Mollenkopf, Heidrun, 2002: Mobilität und Lebensqualität im Alter - objektive Voraussetzungen und subjektive Bedeutung in der mobilen Gesellschaft. In: Glatzer, Wolfgang; Habich, Roland; Mayer, Karl U. (Hrsg.): Sozialer Wandel und gesellschaftliche Dauerbeobachtung. Opladen: Leske + Budrich, S. 255-271.